

Business Intelligence w dystrybucji spożywczej

Case Study IGLOTEX S.A.



Główne cele

- Wdrożenie systemu analityki strategicznej skonsolidowanej sprzedaży grupy kapitałowej.
- Wdrożenie spójnego zintegrowanego procesu planowania operacyjnego w zakresie Segmentów Dystrybucji (plany sprzedaży, zakupów, zapasów, rabatów) i Produkcji (plany zapotrzebowania na wyroby, surowce, zapasy surowców i produktów)
- Centralizacja danych firmowych wraz z możliwością bezpiecznej i spójnej integracji danych z przejmowanych spółek.

Rozwiązanie

Centralna hurtownia danych

- Wielowymiarowa analityka (Business Intelligence)
- Ujednoczenie danych kartotekowych w organizacji, mapowanie procesów (Enterprise Information Management)
- Zarządzanie metadanymi przedsiębiorstwa, wielopoziomowa kategoryzacja danych kartotekowych dot. produktów, dostawców, odbiorców (Master Data Management)
- Elastyczność wprowadzania nowych danych przy restrykcyjnym zachowaniu jakości danych (Data Quality Management)

TARGET *Wsparcie zarządzania strategicznego*

- Opracowanie 100 wzorców cyklicznych raportów: analizy sezonowości sprzedaży poszczególnych produktów, dynamiki i koncentracji sprzedaży na poziomie centralnym, regionalnym i lokalnym, benchmarking wewnętrzny, kokpity managerskie bieżącej realizacji planów sprzedaży.
- Segmentacja klientów i opracowanie strategii rozwoju sprzedaży do nowych klientów.
- Analizy ad-hoc: segmentacja klientów, analizy predykcyjne „churn”.

Prophix *Wsparcie zarządzania operacyjnego*

- Opracowanie i wdrożenie 4 modeli biznesu odzwierciedlających podział działalności prowadzonej przez GK Iglotex.
- Planowanie sprzedaży wg grup towarowych, regionów, sprzedawców.
- Codzienna kontrola budżetu GK dzięki automatycznemu zasilaniu hurtowni w dane ze spółek.
- Wdrożenie systemu workflow wspierającego zarządzanie finansami.

Korzyści

- Zwrot wartości inwestycji w pierwszym roku dzięki obniżeniu kosztów i kontroli błędów.
- Wzrost sprzedaży dzięki lepszemu dopasowaniu produktów do oczekiwań rynku.
- Skrócenie czasu opracowania analiz i planowania nowych projektów.
- Odblokowanie „niemocy” informacyjnej - planowanie na podstawie faktów.
- Wsparcie centralizacji zakupów, dystrybucji, promocji, projektów sprzedażowych.
- Kontrola i redukcja kapitału obrotowego.

Liczby w projekcie:

30 podłączonych spółek

1000 SKU (pozycji handlowych)

2,5 krotny wzrost firmy w trakcie trwania wdrożenia

10 dni roboczych - średni czas podłączenia kolejnej przejmowanej spółki

7 różnych systemów ERP (43 instancje)

150 użytkowników Targit

74 użytkowników Prophix

11 kostek OLAP

120 miar, 55 wymiarów

0,5 Gb – dzienny przyrost danych

